



INFORME DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN
I SEMESTRE 2021
IGAC

Contenido

1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVOS	3
3. CANAL VIRTUAL – Página Web	4
3.1 Ficha Técnica	4
3.2 Análisis de Resultados	5
3.2.1 Fecha de diligenciamiento	5
3.2.2 En la página web www.igac.gov.co	5
3.2.3 La información Consultada fue:.....	7
3.2.4 De acuerdo a sus necesidades, ¿qué aspecto positivo y/o por mejorar en la página web?	8
3.2.7 Tipo de Entidad.....	13
3.2.8 Género	14
3.2.9 Rango de edad.....	14
3.2.10 Información Poblacional	15
3.3 PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN	15
3.4 CONCLUSIÓN CANAL VIRTUAL – Página Web	16
3.5 RECOMENDACIONES CANAL VIRTUAL - Página Web	16
4. CANAL PRESENCIAL	17
4.1 Ficha Técnica	17
4.2 Análisis de Resultados	18
4.2.1 Fecha de diligenciamiento	18
4.2.2 ¿En cuál Sede fue atendido?	18
4.2.3 La información solicitada fue:	18
4.2.4 Tiempo de espera para ser atendido.....	19
4.2.5 Actitud y disposición del servidor	20
4.2.6 Tiempo dedicado para la consulta.....	20
4.2.7 Aspecto positivo y/o por mejorar.....	21
4.2.8 Tipo de Entidad.....	21



4.2.9	Género	22
4.2.10	Rango de edad.....	22
4.2.11	Información Poblacional	23
4.3	PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN	24
4.4	CONCLUSIÓN CANAL PRESENCIAL	24
4.5	RECOMENDACIONES CANAL PRESENCIAL	24
5.	CANAL TELEFÓNICO	25
5.1	Ficha Técnica	25
5.2	Análisis de Resultados	26
5.2.1	Fecha de diligenciamiento	26
5.2.2	La información solicitada fue	26
5.2.3	El servicio recibido por parte de nuestro asesor fue:.....	27
5.2.4	Amabilidad por parte de nuestro asesor	27
5.2.5	La información suministrada fue clara y resolutive.	28
5.2.6	Calificación del Servicio.....	28
5.2.7	¿Su solicitud fue atendida?.....	29
5.2.8	Aspecto positivo y/o por mejorar.....	29
5.2.9	País, Departamento, Ciudad o Municipio.	30
5.2.10	Tipo de Entidad.....	30
5.2.11	Género	31
5.2.12	Rango de edad.....	31
5.2.13	Información Poblacional	31
5.3	PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN	32
5.4	CONCLUSIÓN CANAL TELEFÓNICO	32
5.5	RECOMENDACIONES CANAL TELEFÓNICO	32



1. INTRODUCCIÓN

El Instituto Geográfico Agustín Codazzi, es la entidad encargada de producir el mapa oficial y la cartografía básica de Colombia, elaborar el catastro nacional de la propiedad inmueble, realizar el inventario de las características de los suelos; adelantar investigaciones geográficas como apoyo al desarrollo territorial, capacitar y fomentar profesionales en tecnología de información geográfica y coordinar la Infraestructura Colombiana de Datos Especiales; al ser una entidad prestadora de servicios, el Instituto Geográfico Agustín Codazzi ha querido conocer la satisfacción y percepción de los ciudadanos, grupos de valor y/o interés que utilizan el canal virtual, presencial y telefónico.

La medición de la satisfacción es un proceso que facilita la transparencia, el control y el mejoramiento continuo; a partir del análisis de los resultados se identificarán las fortalezas, debilidades y/o oportunidades de mejora que conllevarán a la optimización de los servicios por los diferentes canales de atención.

2. OBJETIVOS

Objetivo general:

Conocer el nivel de satisfacción y percepción de los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés que acceden y utilizan los canales de atención del Instituto Geográfico Agustín Codazzi.

Objetivo específico:

1. Conocer la percepción de los ciudadanos, grupos de valor y/o interés respecto a los servicios prestados en los canales de atención.
2. Conocer opiniones y/o sugerencias de los ciudadanos, grupos de valor y/o de interés manifestadas en la aplicación de las encuestas.



3. CANAL VIRTUAL – Página Web

3.1 Ficha Técnica

OBJETIVO	Conocer el nivel de satisfacción y percepción de los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés que acceden al portal Web del IGAC.
TIPO DE ESTUDIO	Cuantitativo
TIPO DE MUESTREO	Selección Aleatoria
UNIVERSO	Ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés que acceden a la información de la página web.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	Los ciudadanos, grupos de valor y/o interés que ingresan o digitan www.igac.gov.co en cualquiera de los buscadores (Google Chrome, Mozilla, Internet Explorer, entre otros) en la vigencia 2020 fueron 811.119 visitas únicas a la página web, de acuerdo a la información de la Oficina de Informática y tele comunicaciones
DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	<p>Realizar 171 encuestas a los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés del IGAC que ingresen a la página web en la vigencia 2021. El tamaño de la muestra se realizó con la fórmula para población finita.</p> $n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$ <p>n: Tamaño de muestra que queremos calcular N: Tamaño de la Población (Valor = 811.119) Z: Coeficiente de confianza para un nivel de confianza determinado (Valor nivel de confianza 95% = 1,96) p: Probabilidad de éxito (Valor = 0,5) q: Probabilidad de fracaso (Valor = 0,5) d: Error máximo admisible (Valor= 0,075)</p>
TÉCNICA DE LA ENCUESTA	<p>Las encuestas se realizarán de forma virtual mediante cuestionario estructurado con los siguientes componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fecha de diligenciamiento. - Preguntas orientadas a evaluar la satisfacción del ciudadano, grupos de valor y/o grupos de interés sobre la información publicada a través del canal de atención virtual – Pagina Web. - Información consultada. - Aspectos positivos y/o por mejorar. - Acerca del ciudadano, grupos de valor y/o grupos de interés.



TRABAJO DE CAMPO	Se aplicará la encuesta desde el 01 de enero de 2021 hasta el 31 de diciembre de 2021.
RANGOS DE MEDICIÓN	El rango para evaluar el grado de satisfacción se determina con preguntas cerradas con respuesta Si o No.
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	Se analizarán e interpretarán los resultados y se elaborará un informe cada semestre en el que se consolidan las encuestas, el cual arrojará el grado de satisfacción correspondiente para el canal virtual – página web. Así mismo, de acuerdo a los aspectos positivos y por mejorar se tomaran las acciones para el beneficio de los ciudadanos, grupos de valor y/o partes interesadas.

3.2 Análisis de Resultados

3.2.1 Fecha de diligenciamiento

A continuación, encontramos la cantidad de formularios diligenciados en los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio para un total de 100 realizadas en el primer semestre.

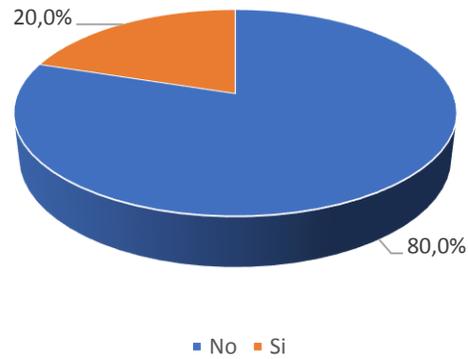
Fecha de aplicación	Cantidad de encuestas aplicadas
Enero	17
Febrero	21
Marzo	22
Abril	18
Mayo	9
Junio	13
Total	100

3.2.2 En la página web www.igac.gov.co

- ¿Es fácil encontrar la información? El 80,0% (n=80) de los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés contestó No y el 20,0% (n=20) Si.

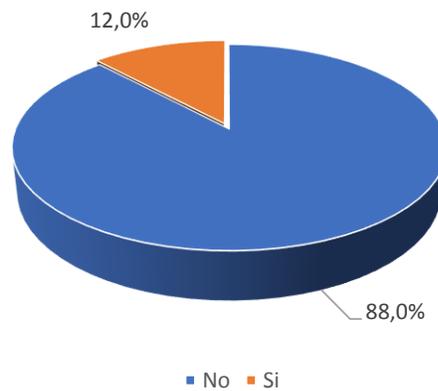


Gráfico 1. ¿Es fácil encontrar la información?



- ¿La información publicada cumple sus expectativas? El 88,0% (n=88) de los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés contestó No y el 12,0% (n=12) Si.

Gráfico 2. ¿La información publicada cumple sus expectativas ?





- ¿La información publicada es útil? El 71,0% (n=71) de los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés contestó No y el 29,0% (n=29) Si.



- ¿La navegación por el portal se hace de forma simple? El 78,0% (n=78) de los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés contestó No y el 22,0% (n=22) Si.



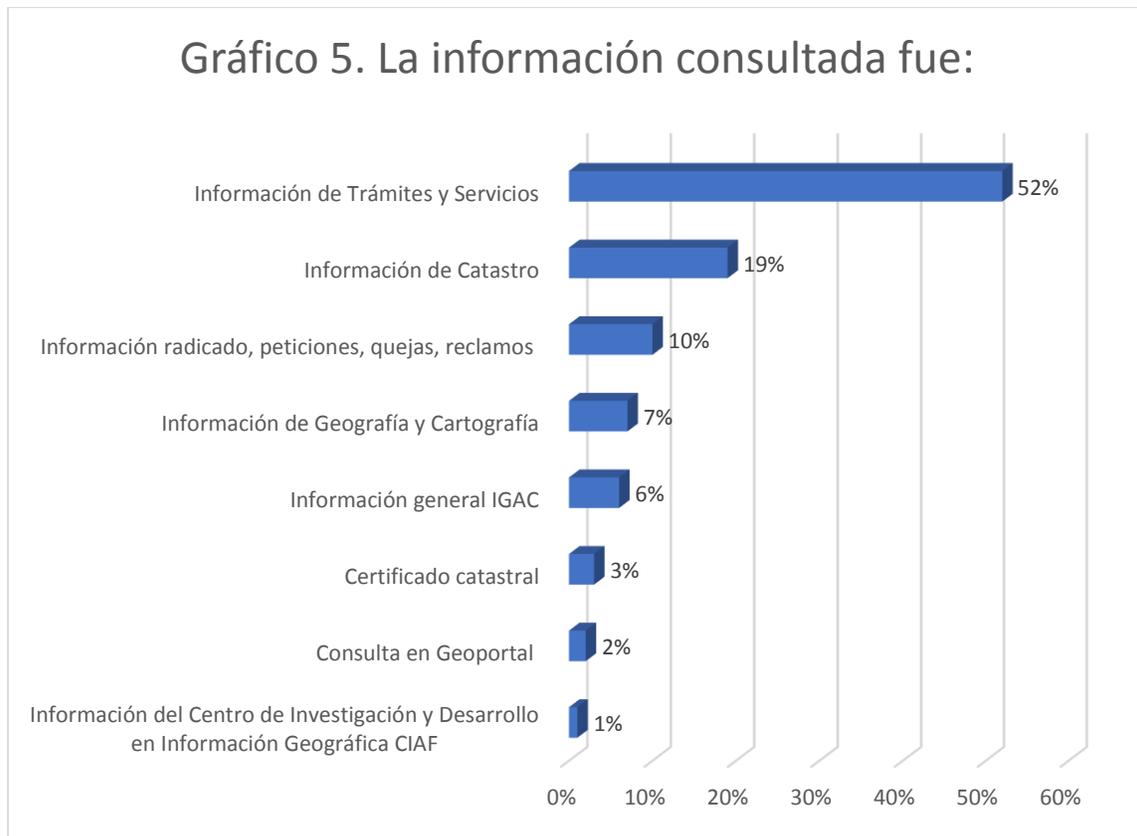
3.2.3 La información Consultada fue:

La información más solicitada en el canal virtual fue: 52,0% (n=52) Información de trámites y servicios, 19,0% (n=19) Información de catastro, 10,0% (n=10) Información radicado, peticiones, quejas, reclamos, 7,0% (n=7) Información de Geografía y Cartografía, 6,0% (n=6) Información general IGAC, 3,0% (n=3) para certificado catastral, 2,0% (n=2) Consulta



en el Geoportal y 1,0% (n=1) Información del Centro de investigación y Desarrollo en Información Geográfica CIAF.

Gráfico 5. La información consultada fue:



3.2.4 De acuerdo a sus necesidades, ¿qué aspecto positivo y/o por mejorar en la página web?

Ningún aspecto positivo registrado; pero los aspectos por mejorar realizados por los ciudadanos, grupos de valor y/o interés son:

FORTALECIMIENTO DEL CANAL TELEFÓNICO

- “No contestan en ninguna línea, y cuando por fin me contestaron el Funcionario NO supo la respuesta y prefirió colgarme”
- “Actualizar Información de contacto o dar teléfonos que contesten y atiendan la llamada”
- “No se puede recuperar el usuario o contraseña, en el único número de contacto nunca responden, en el directorio que tienen publicado no hay números de contacto, ni extensiones para llamar a las áreas en específico”
- “No dan respuesta, el fijo que ponen en la página no sirve porque contestan y te ponen en espera y se cae la llamada cuelgan, llevo 8 días esperando unos planos para radicar un visto bueno en la aeronáutica civil en Medellín...”
- “Tener un número telefónico que sea atendido, en su defecto un chat que proporcione información veraz sobre los tramites, horarios y requisitos para acceder a sus servicios de manera virtual”



- “Los números no funcionan y no se pueden contactar”
- “la página esta inactiva y dice que debo acercarme a la oficina, las líneas telefónicas no contestan”
- “La página de PQRS no funciona siempre está sin servicio - no hay forma de que la entidad de solución ni atienden en línea telefónica”
- “Colocar dirección de email correcto y números donde contesten y respondan dudas”
- “que tengan números telefónicos en los cuales si contesten”.

SERVICIO AL CIUDADANO

- “No hay forma de contactar a alguien”
- “Dar opciones de tramites en líneas y disminuir los tiempos de atención”
- “no ofrece información en tiempo real sobre el estado del trámite solicitado y tampoco se obtiene respuesta telefónica ni por e-mail de parte de la seccional. flagrante violación al art. 23 de la Constitución Política de Colombia”
- “Deberían colocar información de contáctenos y atender solicitudes donde si atiendan la gente. no es posible más de 5 meses y no den respuesta a un simple correo o no contesten un único teléfono”
- “Que algún humano preste un servicio al ciudadano, se rajan en todos los aspectos de servicio, será que no han nombrado director”
- “opción de Chat en línea”
- “La página web contiene una información que no es coherente con el servicio que presta el IGAC, hay unos teléfonos de contacto donde nunca contestan, hay unos correos electrónicos donde se escribe y nunca se recibe información. ¿qué utilidad tiene una página web donde hay información que es falsa? Los funcionarios del IGAC al parecer dejaron de trabajar mucho antes de la pandemia, no valen solicitudes, reclamos, quejas, derechos de petición. Al parecer todos los empleados de empresas privadas si tenemos que trabajar mientras que los empleados públicos siguen recibiendo su sueldo sin tener que hacer absolutamente nada. Tenemos procesos en los que no podemos avanzar por la negligencia de entidades como esta...obsoletas, viviendo de nuestros impuestos pero que no cumplen con el mínimo esfuerzo laboral que deben hacer.”
- “que faciliten comunicación con la ciudadanía”.
- “Hay mucho blanco y las letras muy tenues. Pues utilizo gafas y se siente molesto tanta luz, me desenfoco.”

GEOPORTAL

- “Los mapas no funcionan bien”
- “Que la información en los mapas sea fácil de buscar, como por ejemplo cuáles son los suelos que hay en el Departamento del Meta”
- “Que el geoportal funcione cuando va uno a consultar catastral un predio no se puede ver ningún resultado”
- “Simplificar el acceso como con el antiguo GEOPORTAL”
- “El anterior geoportal era MUY BUENO, lo de ahora es un DESASTRE”

ESTRUCTURA PÁGINA

- “Tienen que mejorar en general la página porque lleva a links que están bloqueados o no sirven adicionalmente no generan lo que uno está buscando”



- “Que sea más amigable y más fácil de entender”
- “Una interfaz más intuitiva, y un sistema que no colapse cada 2 minutos”
- “Si le contara que no se logra encontrar absolutamente nada, no son claros en las secciones de las paginas algo como un mapa es imposible de encontrar, deberían invertir un poco más en experiencia de usuario...”

PLATAFORMA

- “La plataforma no permite acceder a servicios y transacciones en línea en horas de la tarde, eso es bastante indignante para quienes requerimos solicitar algún servicio”
- “Formas de pago diferentes”
- “No deja ingresar al usuario, ya estando registrado”
- “Que reenvíen contraseñas al ser solicitadas para ingreso”

CERTIFICADOS

- “No puede seguir el proceso de pago solo aparece transacción fallida para solicitar el certificado catastral”
- “en zonas retiradas necesitamos el certificado catastral y es muy complicado sacarlo virtualmente. No es tan fácil como certificado inmobiliario, y antes de consignar debería arrojar un dato asociado al predio para que la consignación no se pierda, o dar un teléfono para que los usuarios o personas puedan recibir información, e ir a consignar y ustedes enviar por correo el certificado”
- “Bloquea cuando pregunta otros predios, debería tener asesoría en línea”
- “La página no deja realizar el pago de los certificados es imposible obtenerlo por qué nunca funciona siempre está caído lo que hace que se dificulte el acceso”
- “mucho demora para generar un certificado catastral”
- “Cuando se intenta sacar un certificado.... la página web no funciona. Ya desbloquee las ventanas emergentes, y tampoco... dice que el número catastral de predio no coincide. El sistema de quejas tampoco funciona, pide muchos datos de registro y cuando llega a seleccionar departamento y ciudad se BLOQUEA..... nunca encuentra los departamentos en Microsoft Edge. creo que los (nos) estafaron con el contrato de la página web”
- “Datos de Contacto o formulario de Contacto a MEJORAR! Sería muy bueno que faciliten un formulario para descargar Certificados CATASTRALES de forma más ágil y rápida sin tanta pregunta que no es clara al momento de diligenciarla.”
- “Que sea de fácil navegabilidad y que las respuestas cuando se está ingresando la solicitud sea clara. No tengo predios y dice que si aparezco en la base de datos. Me perjudica porque necesito ese documento para anexarlos a la universidad.”
- “Que funcione. Traté de sacar un certificado catastral y No pude por ningún medio. De acuerdo a las instrucciones de la página que se ven sencillas pero al ingresar el número catastral no se encontró predio. No hay un botón de Chat, ni nada por el estilo. No contestan el teléfono. ¿Será que existen?”



FORMULARIO DE PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS SUGERENCIAS Y DENUNCIAS (PQRSD)

- “La página debe tener una opción para poner PQRS. Los mecanismos de contacto son ineficientes pues nunca responden los correos electrónicos y no hay líneas habilitadas para recibir información más detallada”
- “No funcionan los enlaces para radicar una petición o queja”
- “No tienen forma de radicar quejas y reclamos, su portal no funciona”
- “El link de PQRS no funciona. muy mal servicio”
- “No pude crear una PQR porque sencillamente los campos departamento y ciudad que son obligatorios, no funcionan y al no hacerlo, no ha posibilidad de crear la PQR. ¿Cómo es posible que no se aseguren de que este canal funcione?”.

3.2.5 ¿Su ingreso a la página web www.igac.gov.co es de tipo?

Para esta pregunta, El 88,0% (n=88) contestó que el ingreso al portal es de tipo personal y el 12,0% (n=12) de tipo institucional.



3.2.6 País, Departamento y Ciudad o Municipio.

De los 100 encuestados en el canal virtual, el 98,0% (n= 98) se identificaron como Colombianos, el 1,0 % (n=1), se identificó como Mexicano, el 1,0% (n=1) no contestó.

Es importante destacar que del porcentaje que se identifican colombianos, los departamentos con más interacciones son Cundinamarca, Santander, Antioquia y Caldas.

País	Departamento	Municipio	Total
Colombia	Amazonas	Leticia	1
	Antioquia	Girardota	1



País	Departamento	Municipio	Total
		El Retiro	1
		Medellín	3
		Sabaneta	1
	Arauca	Saravena	1
	Atlántico	Barranquilla	1
	Cundinamarca	Bogotá D.C	23
		Cabrera	1
		Cajicá	1
		Calera	2
		Chía	1
		Chocontá	1
		Cundinamarca	1
		Facatativá	1
		Fómeque	1
		Fusagasugá	2
		Gacheta	1
		Soacha	1
		Tocancipá	1
		Zipaquirá	2
	Bolívar	Cartagena	4
	Boyacá	Sogamoso	1
	Caldas	Manizales	6
	Casanare	Maní	1
		Monterey	1
	Cauca	Corinto	1
		Popayán	1
	Córdoba	Buenavista	1
		Ciénaga de Oro	1
		Montería	3
	Huila	Neiva	2
Guajira	San Juan del Cesar	1	
Meta	Villavicencio	4	
	Restrepo	1	
Nariño	Pasto	1	
Norte de Santander	Cúcuta	3	
Putumayo	Puerto Guzmán	1	
Quindío	Armenia	1	
Risaralda	Pereira	1	
Santander	Barrancabermeja	1	



País	Departamento	Municipio	Total
		Bucaramanga	3
		Floridablanca	1
		Onzaga	1
		Simacota	1
	Sucre	Corozal	1
		Sincelejo	1
	Tolima	Guamo	1
	Valle del Cauca	Cali	2
		Palmira	3
México	Michoacán	Lázaro Cárdenas Michoacán	1
No contesta	No contesta	No contesta	1

3.2.7 Tipo de Entidad

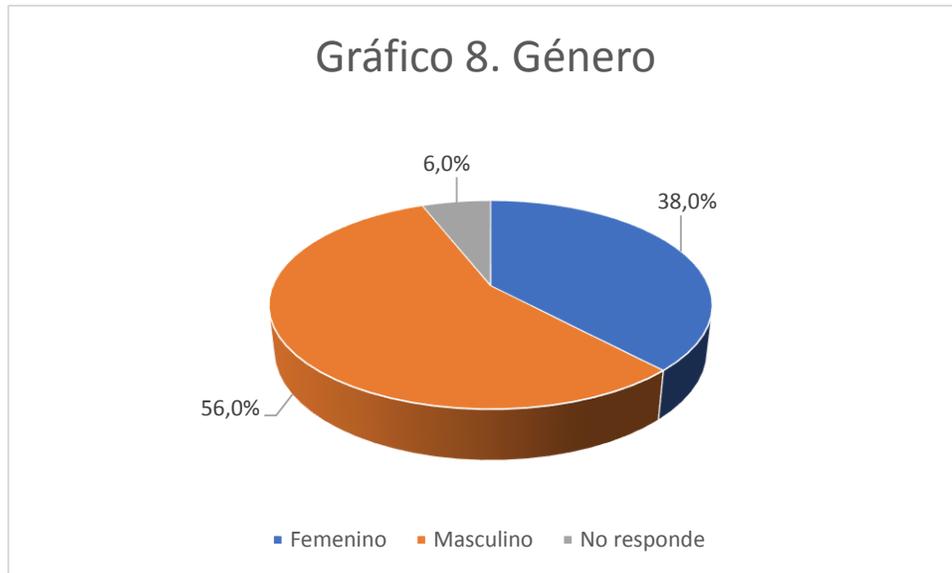
Los ciudadanos, grupos de valor y/o interés se identificaron como: no aplica ningún tipo de entidad el 49,0% (n=49), entidad privada 29,0% (n=29), entidad pública 11,0% (n=11), entidad mixta 7,0% (n=7) y no responde 4,0% (n=4).





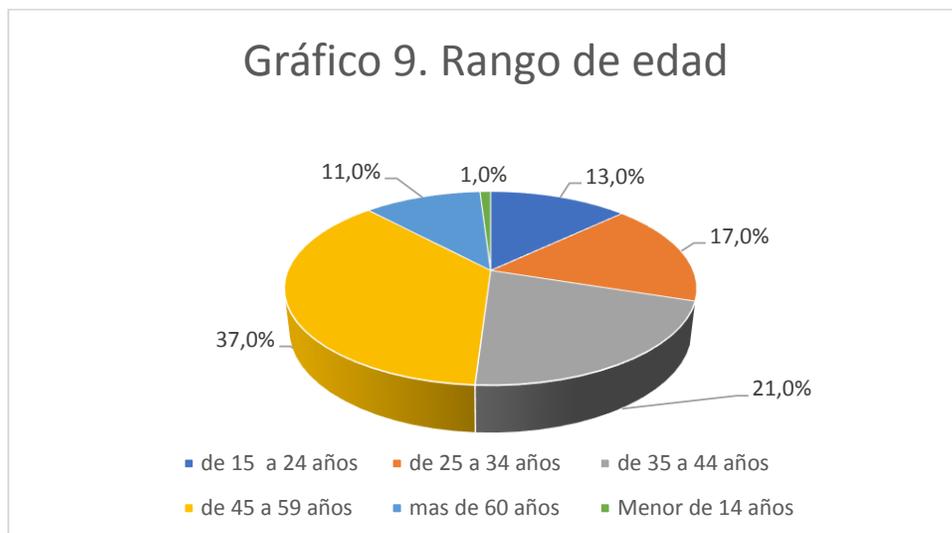
3.2.8 Género

Los ciudadanos, grupos de valor y/o interés se identificaron del género femenino 38,0% (n=38), masculino 56,0% (n=56) y no responde 6,0% (n=6).



3.2.9 Rango de edad

Los ciudadanos, grupos de valor y/o interés se identificaron en los siguientes rangos de edad: de 45 a 59 años el 37,0% (n=37), de 35 a 44 años el 21,0% (n=21), de 25 a 34 años el 17,0% (n=17), de 15 a 24 años 13,0% (n=13), de más de 60 años el 11,0% (n=11) y menores de 14 años 1,0% (n=1).





3.2.10 Información Poblacional

Los ciudadanos, grupos de valor y/o interés se identificaron como cabeza de familia 50,0% (n=50), el 46,0% (n=46) no se identificó con ninguno de los grupos poblacionales, el 2,0% (n=2) se identificó como persona en condición de discapacidad auditiva, el 1,0% (n=1) se identifica como grupos étnicos y el 1,0% (n=1) como desplazado.



3.3 PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN

Para el porcentaje de satisfacción en el canal virtual, se realiza promedio de las respuestas afirmativas “SI” de las preguntas de los formularios.





3.4 CONCLUSIÓN CANAL VIRTUAL – Página Web

De acuerdo a los resultados obtenidos en el canal virtual se observa que el nivel de satisfacción de los ciudadanos, grupos de valor y/o interés es muy bajo, por lo cual se deben tomar medidas para generar mayor satisfacción a los usuarios del portal web

3.5 RECOMENDACIONES CANAL VIRTUAL - Página Web

Se debe generar campañas para motivar a los ciudadanos, grupos de valor y/o interés a diligenciar la encuesta buscando así mejorar la percepción que tienen frente a la página web y tener un mayor número de encuestas.

La página Web debe ser más amigable, con lenguaje claro, y navegable para el ciudadano, por las constantes manifestaciones de inconformidad y/o aspectos por mejorar

Se reitera la necesidad de informar todo cambio, modificaciones y/o actualizaciones de la página web.

Es importante tener en cuenta los aspectos que exponen los ciudadanos, y tomar las medidas pertinentes que permitirá la satisfacción total en la atención, tales como:

- Fortalecimiento del canal telefónico, porque hay muchos aspectos por mejorar expresados por los ciudadanos, grupos de valor y/o interés.
- Mayor soporte y desarrollo en la plataforma certificado catastral, debido a las constantes quejas de los ciudadanos.
- Revisión del formulario de peticiones, quejas, reclamos, denuncias y sugerencias del portal web.



4. CANAL PRESENCIAL

4.1 Ficha Técnica

OBJETIVO	Conocer el nivel de satisfacción y percepción de los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés que acceden al canal presencial en direcciones territoriales y sede central
TIPO DE ESTUDIO	Cuantitativo
TIPO DE MUESTREO	Selección Aleatoria
UNIVERSO	Ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés que acceden a información en los puntos de atención presencial en direcciones territoriales y Sede Central
TAMAÑO DE LA MUESTRA	Los ciudadanos, grupos de valor y/o interés que se atendieron presencialmente en el año 2020 y de acuerdo a lo contestado en el FURAG vigencia 2020 en la pregunta: "Señale el número de ciudadanos o usuarios atendidos a través de los siguientes canales durante la vigencia evaluada" fueron 64188.
DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	<p>Realizar un total de 660 encuestas a los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés del IGAC que utilizan el canal presencial en la vigencia 2021. El tamaño de la muestra se realizó con la fórmula para población finita.</p> $n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$ <p>n: Tamaño de muestra que queremos calcular N: Tamaño de la Población (Valor = 64188) Z: Coeficiente de confianza para un nivel de confianza determinado (Valor nivel de confianza 99% = 2,58) p: Probabilidad de éxito (Valor = 0,5) q: Probabilidad de fracaso (Valor = 0,5) d: Error máximo admisible (Valor= 0,05)</p>
TÉCNICA DE LA ENCUESTA	<p>Las encuestas se realizarán de forma virtual mediante cuestionario estructurado con los siguientes componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fecha de diligenciamiento. - Sede o Dirección Territorial - Información consultada. - Calificación del grado de satisfacción en algunos aspectos - Aspectos positivos y/o por mejorar. - Acerca del ciudadano, grupos de valor y/o grupos de interés.
TRABAJO DE CAMPO	Se aplicará la encuesta desde el 22 de junio de 2021 hasta el 31 de diciembre de 2021.
RANGOS DE MEDICIÓN	El rango para evaluar el grado de satisfacción se determina de la siguiente manera: excelente, bueno, aceptable, deficiente.



INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se analizarán e interpretarán los resultados y se elaborará un informe semestral en el que se consolidan las encuestas, el cual arrojará el grado de satisfacción correspondiente para el canal presencial en las Direcciones Territoriales y Sede Central. Así mismo, de acuerdo a los aspectos positivos y por mejorar se tomarán las acciones para el beneficio de los ciudadanos, grupos de valor y/o partes interesadas.

4.2 Análisis de Resultados

4.2.1 Fecha de diligenciamiento

Las encuestas presenciales se empezaron aplicar desde el mes de junio, para un total de 179 encuestas a nivel nacional.

4.2.2 ¿En cuál Sede fue atendido?

A continuación, se evidencia el número de encuestas aplicadas a nivel nacional.

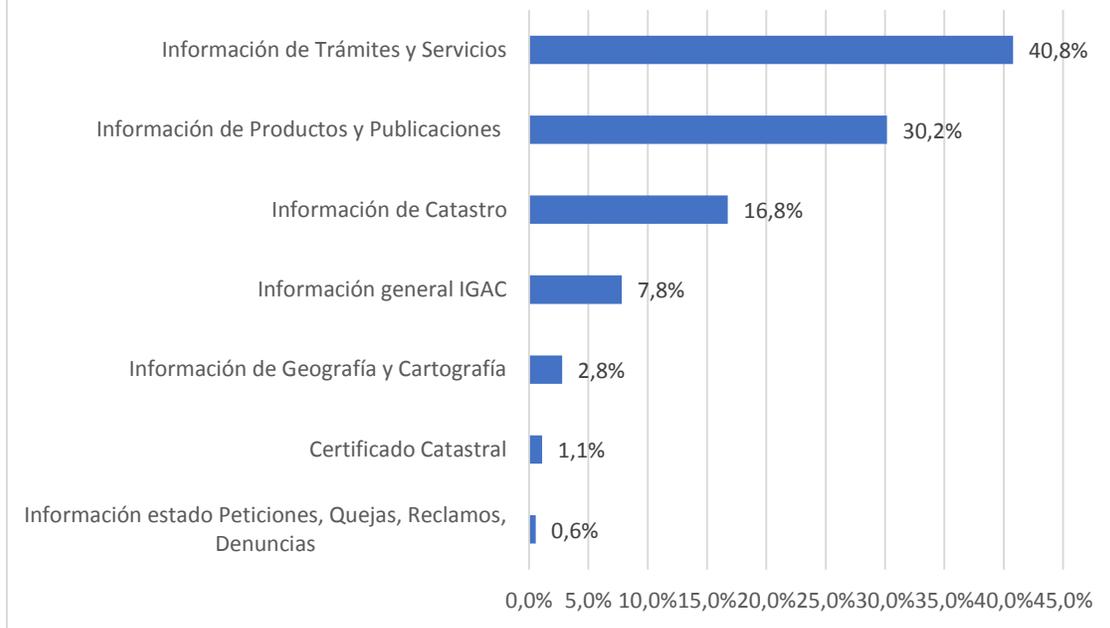
Dirección Territorial	Total
DT. Atlántico	3
DT. Boyacá	21
DT. Caldas	1
DT. Casanare	56
DT. Cauca	2
DT. Huila	28
DT. Magdalena	13
DT. Meta	6
DT. Norte de Santander	29
DT. Sucre	12
DT. Valle	7
Sede Central	1
	179

4.2.3 La información solicitada fue:

La información más solicitada en el canal presencial: 40,8% (n=73) Información de trámites y servicios, el 30,2% (n=54) Información de Productos y Publicaciones, el 16,8% (n=30) Información de Catastro, el 7,8% (n=14) Información general IGAC, 2,8% (n=5) Información de Geografía y Cartografía, el 1,1% (n=2) Certificado Catastral, y el 0,6% (n=1) Información estado Peticiones, Quejas, Reclamos, Denuncias.



Gráfico 11. La información solicitada fue:



4.2.4 Tiempo de espera para ser atendido

Según los ciudadanos, grupos de valor y/o interés el 50,3% (n=90) califican con excelente el tiempo de espera para ser atendido, el 39,7% (n=71) como bueno, el 6,7% (n=12) como aceptable y el 3,4% (n=6) como deficiente.

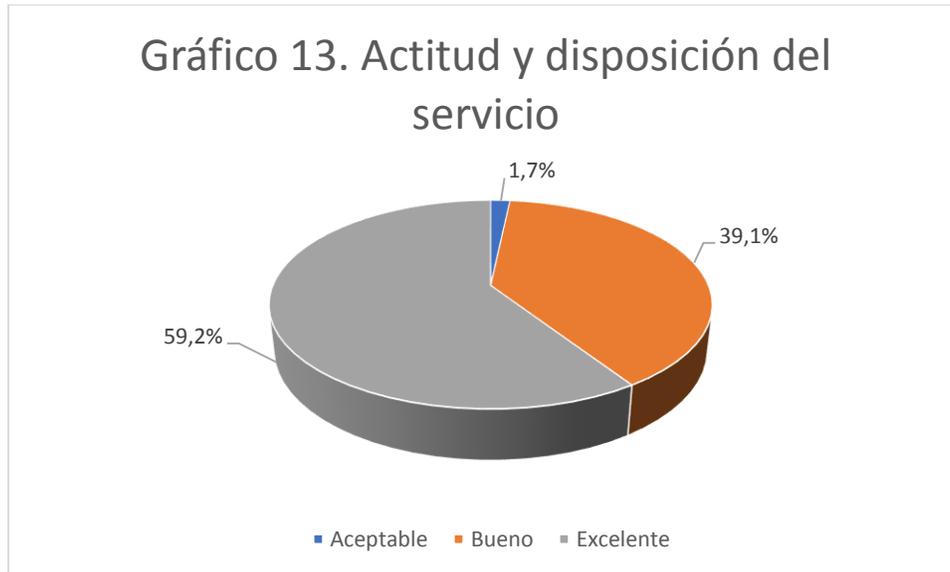
Gráfico 12. Tiempo de espera para ser atendido





4.2.5 Actitud y disposición del servidor

Según los ciudadanos, grupos de valor y/o interés el 59,2% (n=106) califican con excelente la actitud y disposición del servidor, el 39,1% (n=70) como bueno y el 1,7% (n=3) como aceptable.



4.2.6 Tiempo dedicado para la consulta.

Según los ciudadanos, grupos de valor y/o interés el 50,3% (n=95) califican con excelente la actitud y disposición del servidor, el 43,6% (n=78) como bueno, el 2,2% (n=4) como aceptable y el 1,1 (n=2) como deficiente.





4.2.7 Aspecto positivo y/o por mejorar.

Algunos de los aspectos positivos por parte de los ciudadanos, grupos de valor y/o interés son:

- “es un trámite bastante ágil ,muy positivo”
- “Servicio bueno”
- “Todo positivo”
- “Amabilidad , buen servicio”
- “El servicio al cliente es muy bueno”
- “Atención muy buena y muy rápido”
- “Mejoraron servicio”
- “Si dieron respuesta a mi solicitud”
- “El servicio es bueno a pesar de tener un solo funcionario en ventanilla”
- “El servicio es bueno”
- “El servicio es muy competente”
- “Mejoro en infraestructura”
- “Las personas de ventanillas son amables y cordiales”
- “La información correcta, la amabilidad y buenas instalaciones”

Algunos de aspectos por mejorar según los ciudadanos, grupos de valor y/o interés son:

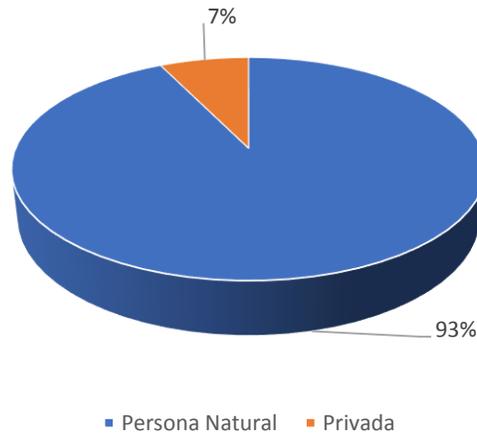
- “Me gustaría otro funcionario en ventanilla para la recepción de documentos”
- “Mejorar personal para la atención en cuanto a cantidad de personas que llegan a la oficina”
- “Sería bueno más personal en la ventanilla de la oficina de atenciones”
- “Mejorar los canales virtuales”
- “Más personal para atender la demanda de ciudadanos”
- “Personal que indique que documentos se necesitan para los tramites”
- “Mejorar la plataforma digital, para que sea más fácil y rápido obtener certificados en línea.”
- “Mejorar protocolos son buenos los que manejan pero no son suficientes”
- “Mejorar tiempos de espera”
- “El tiempo que espere en la fila fue un poco largo”
- “El servicio es bueno lo único es solo una persona no puede con todos los usuarios”
- “Canales de comunicación implementar plataformas virtuales”
- “La atención de las funcionarias de Manizales es excelente, pero la demora en los trámites es absurda, todo dice q se demora 2 años. La única manera que atienden las Solicitud es con tutela y eso porque los obligan”
- “Ser claros en el horario de atención”
- “El tiempo para tramites catastrales mejorar”

4.2.8 Tipo de Entidad

Los ciudadanos, grupos de valor y/o interés se identificaron como persona natural el 93,0% (n=166) y entidad privada el 7,0% (n=13).



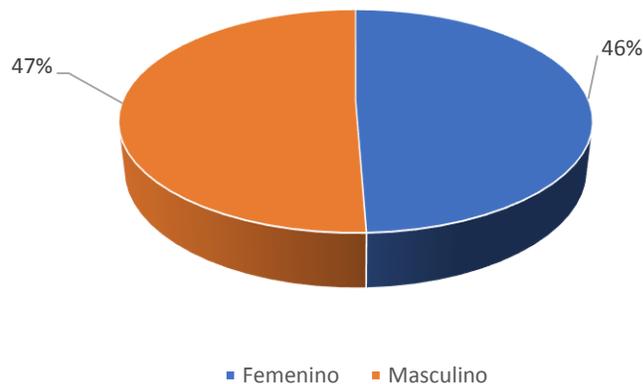
Gráfico 17. Tipo de Entidad



4.2.9 Género

De los 166 ciudadanos, grupos de valor y/o interés que se identificaron como persona natural, el 47,0% (n= 84) es masculino y el 46,0% (n=82) femenino. El 7,0% (n=13) corresponde a los identificados como entidad privada.

Gráfico 18. Genero

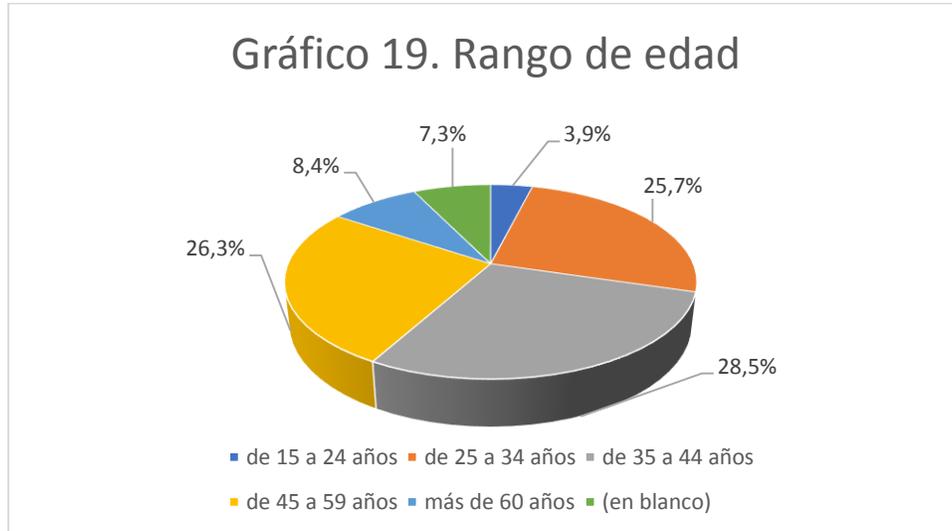


4.2.10 Rango de edad

De los 166 ciudadanos, grupos de valor y/o interés que se identificaron como persona natural, de ubicaron en los siguientes rangos de edad: de 35 a 44 años el 28,5% (n=51), de

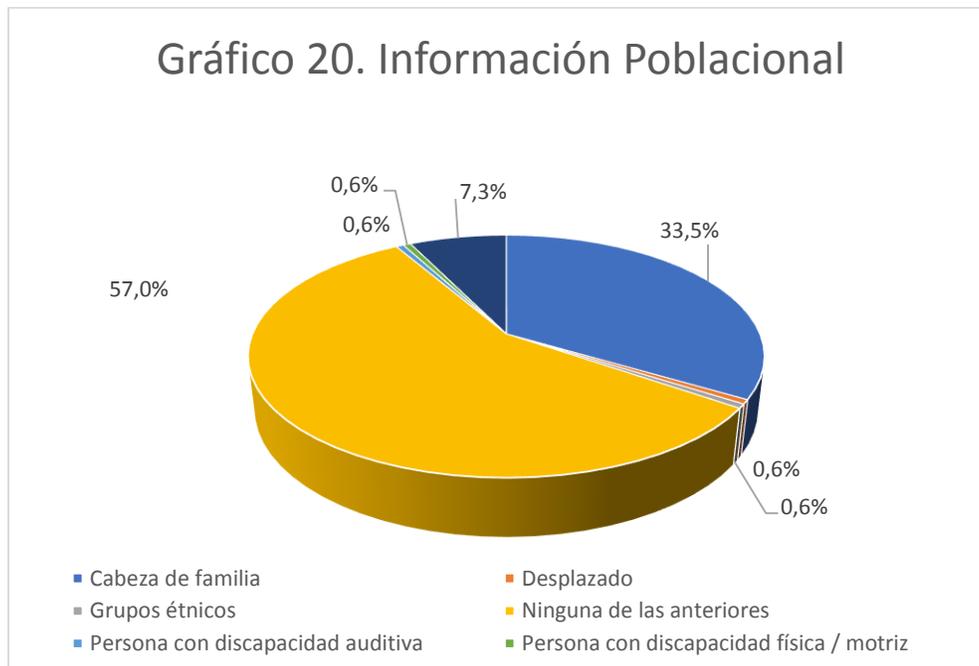


45 a 59 años el 26,3% (n=47), de 25 a 34 años el 25,7% (n=46), de más de 60 años el 8,4% (n=15) y de 15 a 24 años 3,9% (n=7). El 7,3% (n=13) corresponde a los identificados como entidad privada.



4.2.11 Información Poblacional

De los 166 ciudadanos, grupos de valor y/o interés que se identificaron como personas naturales, se reconocieron como: Ninguna de las clasificaciones el 57,0% (n=102), cabeza de familia 33,5% (n=60), 0,6% (n=1) para cada una de las siguientes categorías: desplazado, grupos étnico, persona con discapacidad auditiva, persona con discapacidad física/ motriz. El 7,3% (n=13) corresponde a los identificados como entidad privada.





4.3 PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN

Para el porcentaje de satisfacción en el canal Presencial, se realiza promedio de las respuestas excelente y bueno de las preguntas de los formularios.



4.4 CONCLUSIÓN CANAL PRESENCIAL

De acuerdo a los resultados obtenidos en el canal presencial se observa que el nivel de satisfacción de los ciudadanos, grupos de valor y/o interés es muy alto, por lo cual se deben mantener las estrategias implementadas para tan alta satisfacción.

4.5 RECOMENDACIONES CANAL PRESENCIAL

Es importante tener en cuenta los aspectos que exponen los ciudadanos, y tomar las medidas pertinentes que permitirá la satisfacción total en la atención, tales como:

- Mayor número de personas que atienden a los ciudadanos en las sedes.
- Tiempos de espera más cortos
- Fortalecimiento de los canales virtuales

Así mismo, se recomienda la constante actualización y socialización de los trámites, productos y servicios a las personas que atienden público, para la adecuada atención y correcta respuesta de las personas que atienden con los requerimientos de los ciudadanos.



5. CANAL TELEFÓNICO

5.1 Ficha Técnica

OBJETIVO	Conocer el nivel de satisfacción y percepción de los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés que acceden a través del canal telefónico al IGAC										
TIPO DE ESTUDIO	Cuantitativo										
TIPO DE MUESTREO	Selección Aleatoria										
UNIVERSO	Ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés que acceden a través del canal telefónico a nivel de Sede Central										
TAMAÑO DE LA MUESTRA	<p>Durante los meses de enero, febrero, marzo, abril y mayo el canal telefónico recibió un total de 16.479 llamadas.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Enero</th> <th>Febrero</th> <th>Marzo</th> <th>Abril</th> <th>Mayo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3.285</td> <td>1.776</td> <td>4.285</td> <td>3.489</td> <td>3.644</td> </tr> </tbody> </table>	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	3.285	1.776	4.285	3.489	3.644
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo							
3.285	1.776	4.285	3.489	3.644							
DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	<p>Realizar 376 encuestas a los ciudadanos, grupos de valor y/o grupos de interés que acceden a información a través del canal telefónico. El tamaño de la muestra se realizó con la fórmula para población finita.</p> $n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$ <p>n: Tamaño de muestra que queremos calcular N: Tamaño de la Población (Valor = 16.479) Z: Coeficiente de confianza para un nivel de confianza determinado (Valor nivel de confianza 95% = 1,96) p: Probabilidad de éxito (Valor = 0,5) q: Probabilidad de fracaso (Valor = 0,5) d: Error máximo admisible (Valor= 0,05)</p>										
TÉCNICA DE LA ENCUESTA	<p>Las encuestas se realizarán después de atender la solicitud telefónica mediante cuestionario estructurado con los siguientes componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fecha de diligenciamiento. - Información solicitada - Calificación del grado de satisfacción en algunos aspectos. - Solicitud fue atendida. - Aspectos positivos y/o por mejorar. - Acerca del ciudadano, grupos de valor y/o grupos de interés. 										
TRABAJO DE CAMPO	Se aplicará la encuesta desde el 20 de junio de 2021 hasta el 31 de diciembre de 2021										



RANGOS DE MEDICIÓN	El rango para evaluar el grado de satisfacción se determina de la siguiente manera: excelente, bueno, aceptable, deficiente.
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	Se analizarán e interpretarán los resultados y se elaborará un informe julio y otro en diciembre de 2021 en el que se consolidan las encuestas, el cual arrojará el grado de satisfacción correspondiente para el canal telefónico. Así mismo, de acuerdo a los aspectos positivos y por mejorar se tomarán las acciones para el beneficio de los ciudadanos, grupos de valor y/o partes interesadas

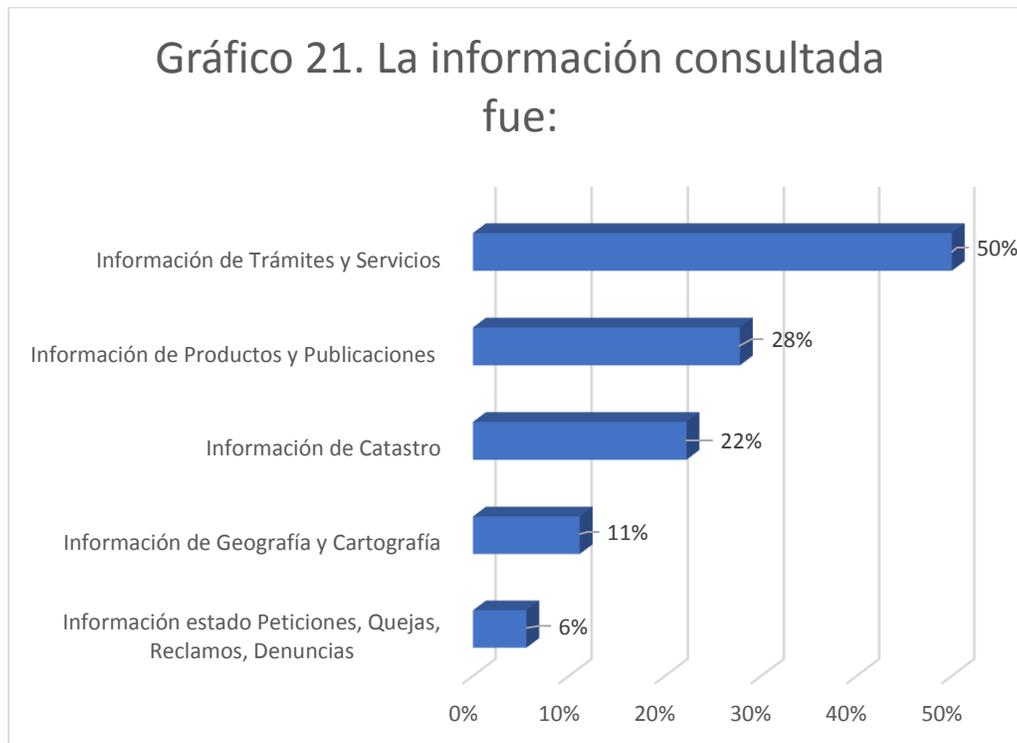
5.2 Análisis de Resultados

5.2.1 Fecha de diligenciamiento

Las encuestas presenciales se empezaron aplicar desde el mes de junio, para un total de 21 encuestas a nivel nacional.

5.2.2 La información solicitada fue

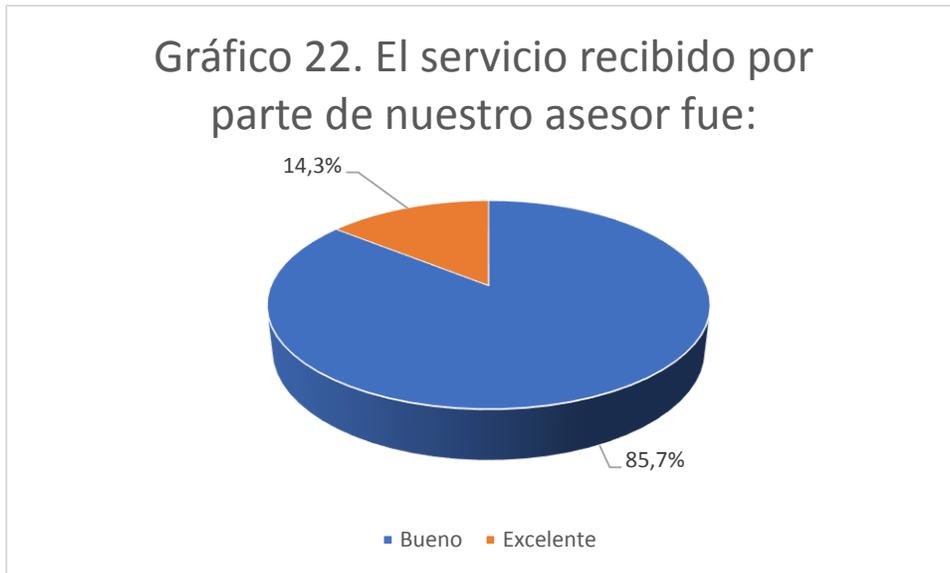
La información más solicitada en el canal presencial: 50,0% (n=7) Información de trámites y servicios, el 28,0% (n=5) Información de Productos y Publicaciones, el 22,0% (n=4) Información de Catastro, el 11,0% (n=2) Información de Geografía y Cartografía, y el 6,0% (n=1) Información estado Peticiones, Quejas, Reclamos, Denuncias.





5.2.3 El servicio recibido por parte de nuestro asesor fue

Según los ciudadanos, grupos de valor y/o interés el 85,7% (n=28) califican con bueno el servicio recibido por parte de nuestro asesor, el 14,3% (n=3) como excelente.



5.2.4 Amabilidad por parte de nuestro asesor

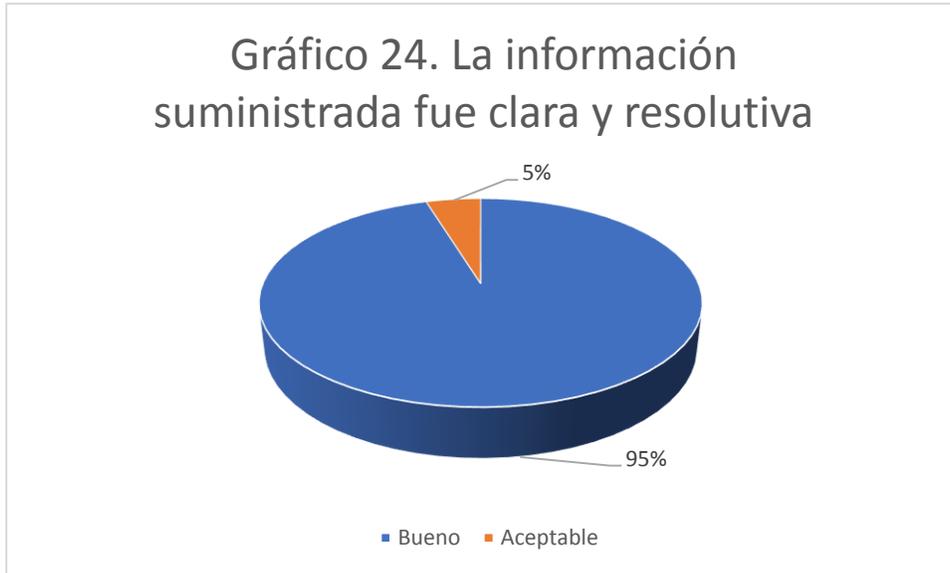
Según los ciudadanos, grupos de valor y/o interés el 100% (n=21) califican con bueno la amabilidad por parte de nuestro asesor.





5.2.5 La información suministrada fue clara y resolutive.

Según los ciudadanos, grupos de valor y/o interés para el aspecto: información suministrada clara y resolutive, el 95,0% (n=20) califican con bueno y el 5% (n=1) como aceptable.



5.2.6 Calificación del Servicio

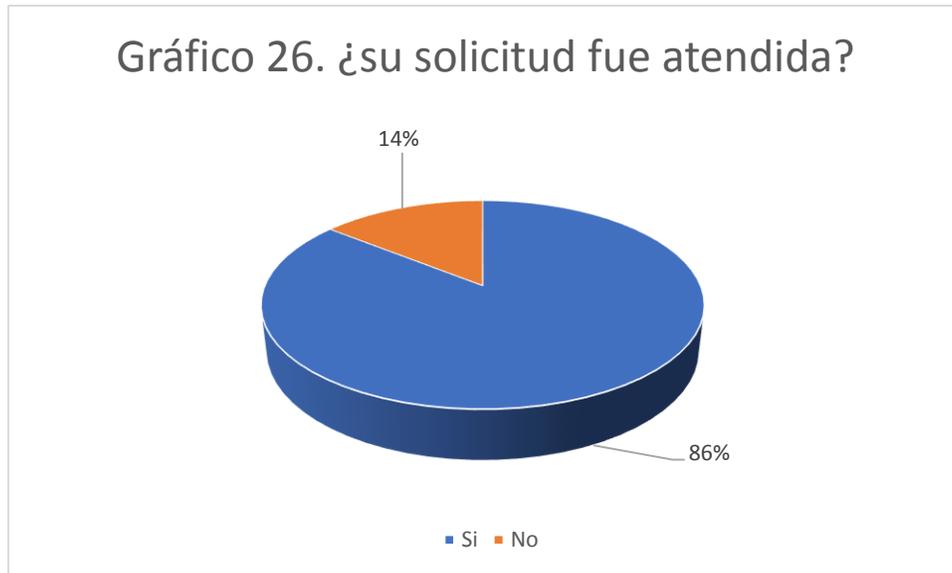
Para el 100% (n=21) de los ciudadanos, grupos de valor y/o interés la calificación del servicio fue buena.





5.2.7 ¿Su solicitud fue atendida?

A la pregunta ¿su solicitud fue atendida?, el 86,0% (n=18) de los ciudadanos, grupos de valor y/o de interés contestó Si, y el 14,0% (n=3) contestó No.



5.2.8 Aspecto positivo y/o por mejorar

Algunos de los aspectos positivos por parte de los ciudadanos, grupos de valor y/o interés son:

- “Los funcionarios cumplen con el protocolo de bioseguridad”
- “Buena atención del funcionario de la ventanilla”
- “Funcionario prestó solución a la consulta”
- “Buena explicación del funcionario carta catastral”
- “Los funcionarios cumplen protocolo de bioseguridad”
- “El asesor tiene disposición al brindar la información.”

Algunos de aspectos por mejorar según los ciudadanos, grupos de valor y/o interés son:

- “Tramite virtual a veces cae la página”
- “Agilizar los trámites catastrales”
- “La página para sacar los certificados a veces no funciona”
- “La presentación de la plataforma es enredada”
- “Que vuelvan a vender el mapa de Colombia en relieve”
- “Mejorar los tiempos de solicitud de corrección de nombre q sean más rápidos.”
- “Implementar sistemas de turnos.”
- “Demorado el ingreso ya q la vigilancia no tiene conocimiento de los procesos del IGAC”
- “Mejorar el sistema o plataforma para q no se caiga la red”
- “La página del IGAC VIVI a veces no funciona”



- “El correo contáctenos no contestan los correos”
- “Informar más al personal de la vigilancia sobre los tramites q realiza el IGAC”
- “Que actualicen el digiturno no sirve”
- “Ser claros en el horario de atención”
- “Los tramites catastrales se demoran mucho en solucionarlos”

5.2.9 País, Departamento, Ciudad o Municipio

De los 21 encuestados en el canal telefónico, el 76,0 % (n= 16) llamaron desde la ciudad de Bogotá, el restante 24,0% (n=5) llamaron de ciudades como: Yopal, Popayán, Medellín, Villavicencio e Ibagué.

País	Departamento	Municipio	Total
Colombia	Casanare	Yopal	1
	Cauca	Popayán	1
	Cundinamarca	Bogotá	16
	Antioquia	Medellín	1
	Meta	Villavicencio	1
	Tolima	Ibagué	1

5.2.10 Tipo de Entidad

Los ciudadanos, grupos de valor y/o interés se identificaron como persona natural fueron el 100,0% (n=21).

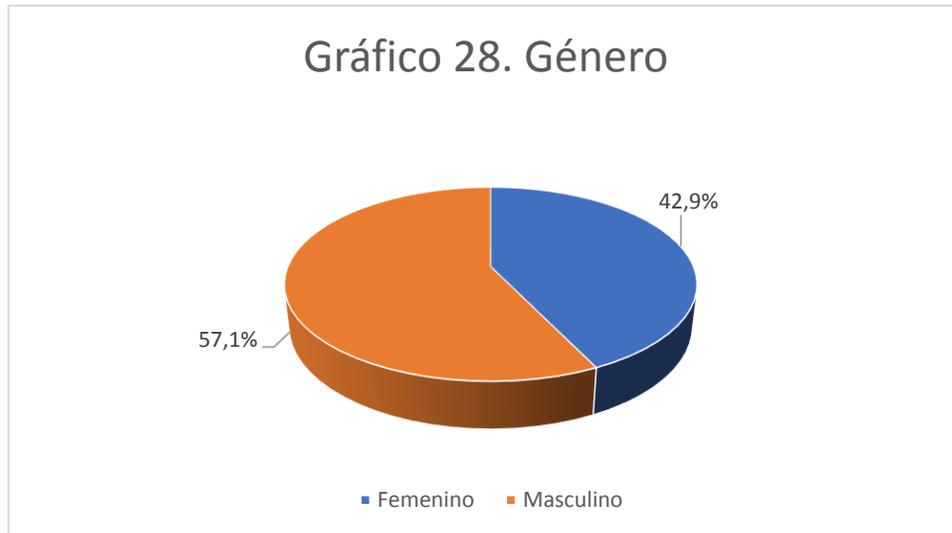
Gráfico 27. Tipo de entidad





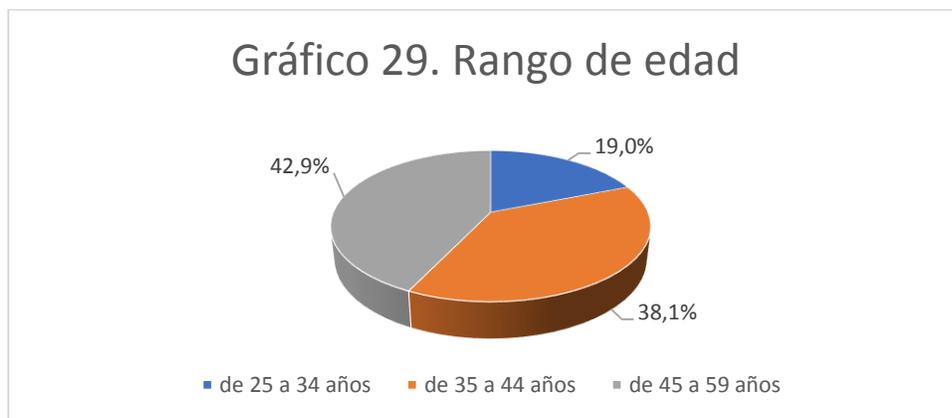
5.2.11 Género

De los 21 ciudadanos, grupos de valor y/o interés que se identificaron como persona natural, el 57,1% (n= 12) es masculino y el 42,9% (n=9) femenino.



5.2.12 Rango de edad

De los 21 ciudadanos, grupos de valor y/o interés que se identificaron como persona natural, se ubicaron en los siguientes rangos de edad: de 45 a 59 años el 42,9% (n=9), de 35 a 44 años el 38,1% (n=8) y de 25 a 34 años el 19,0% (n=4).

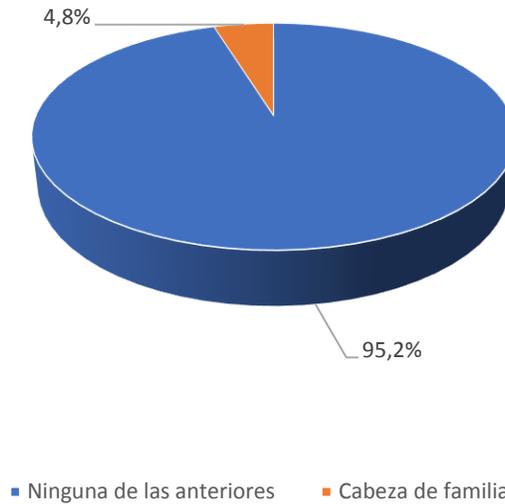


5.2.13 Información Poblacional

De los 21 ciudadanos, grupos de valor y/o interés que se identificaron como personas naturales, se reconocieron como: Ninguna de las clasificaciones el 95,1% (n=20), cabeza de familia 4,8% (n=1).



Gráfico 10. Información Poblacional



5.3 PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN

Para el porcentaje de satisfacción en el canal virtual, se realiza promedio de las respuestas afirmativas “SI” de las preguntas de los formularios.



5.4 CONCLUSIÓN CANAL TELEFÓNICO

De acuerdo a los resultados obtenidos en el canal telefónico se observa que el nivel de satisfacción de los ciudadanos, grupos de valor y/o interés es bueno, sin embargo, la muestra fue muy pequeña. Así mismo, es importante destacar que en los otros dos canales (presencias y virtual) muchos de los aspectos a mejorar era el fortalecimiento del canal telefónico.

5.5 RECOMENDACIONES CANAL TELEFÓNICO

Es importante tener en cuenta los aspectos que exponen los ciudadanos, y tomar las medidas pertinentes que permitirá la satisfacción total en la atención, tales como:



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia



- Mayor número de personas que atienden los teléfonos
- Tiempos de espera más cortos
- Capacitación para funcionarios y contratista de la entidad.

Se recomienda la constante actualización y socialización de los trámites, productos y servicios a las personas que atienden los teléfonos, para la adecuada atención y correcta respuesta de las personas que atienden con los requerimientos de los ciudadanos.

Así mismo, se recomienda la utilización del protocolo de atención para prestar el adecuado servicio a los ciudadanos, grupos de valor y/o interés.